



AGENZIA DI  
SVILUPPO LOCALE  
LOCAL DEVELOPMENT  
AGENCY



FONDO EUROPEO AGRICOLO  
PER LO SVILUPPO RURALE:  
L'EUROPA INVESTE  
NELLE ZONE RURALI



MINISTERO DELLE  
POLITICHE AGRICOLE  
ALIMENTARI E FORESTALI



REGIONE  
PUGLIA



SVILUPPO RURALE  
2023 - 2027  
PROGRAMMA REGIONALE  
CONTRATTI LOCALI  
CNR PUGLIA

## AVVISO PUBBLICO

### INIZIATIVA "COSTRUIAMO IL CLUB DI PRODOTTO"

Al fine di valorizzare gli elementi di tipicità agro-alimentari che caratterizzano l'offerta produttiva e commerciale del nostro territorio, questo Gal intende attuare alcune azioni di carattere promozionale, come naturale proseguimento dell'iniziativa "Club di Prodotto". Le attività da realizzare consistono in attività di promozione e valorizzazione delle filiere agro-alimentari. Le azioni si concentreranno sui prodotti turistici coerenti con la realtà regionale e con le sue potenzialità territoriali, attraverso la promozione del "club di prodotti enogastronomici", connotato da specializzazioni tematiche e territoriali, di seguito anche identificato come "Club di prodotto - GAL". Le **produzioni tipiche** rappresentano un elemento imprescindibile per stimolare azioni di sviluppo e di marketing nell'Area GAL, nei Comuni di Altamura, Bitetto, Cassano delle Murge, Sannicandro di Bari, Santeramo in Colle, Toritto, essendo indissolubilmente legate all'**identità del territorio**, le iniziative che vedono protagoniste le eccellenze agroalimentari locali, intendono innescare dinamiche attive di crescita e sviluppo integrato di imprenditorialità anche nell'ambito della conservazione, trasformazione e distribuzione di prodotti enogastronomici integrati, in un'ottica di "**paniere del Territorio**". Il Progetto mira fondamentalmente a valorizzare il Territorio rurale del GAL Terre di Murgia attraverso un approccio strategico integrato ed innovativo: da una promozione del prodotto a marchio, ad un paniere di altri prodotti di assoluta qualità che coinvolge diverse categorie imprenditoriali ed istituzioni locali. Le produzioni tipiche, all'interno del paniere GAL, diventeranno così un elemento di differenziazione e di qualificazione dei territori coinvolti, e dunque, un fattore di identità e di attrattività turisticamente rilevante per le tematiche di destination management che rivolgono le proprie strategie di marketing ai nuovi segmenti di domanda turistica (turisti del gusto, esperienziale, del verde, della natura e della sostenibilità, etc...) In generale sono prevedibili azioni di destination marketing, coordinate ed inquadrare prendendo come riferimento quei valori materiali (prodotti enogastronomici, patrimonio paesaggistico, culturale, architettonico, etc.) ed immateriali (cultura, tradizioni, etc.) rappresentativi dell'Area GAL, in maniera integrata, coerente e convincente. Le azioni di destination marketing avranno come obiettivo quello del collegamento strategico tra le destinazioni dell'Area GAL ed i mercati di sbocco attraverso una sinergia tra il territorio e le attività che vi operano.

Così concepito, il "Club di prodotto - GAL", diventa:

- ❖ un marchio di accompagnamento di tutti i prodotti e servizi che hanno i loro punti di forza nella loro qualità e tipicità. L'obiettivo infatti è quello di garantire al consumatore, turista o visitatore, prodotti di qualità e di sicura provenienza, oltre che servizi legati alla storia e tradizione del territorio;
- ❖ uno strumento che facilita e incentiva la messa in rete tra operatori del settore agro-alimentare e operatori del settore turistico, finalizzata a proporre un'offerta turistica integrata, basata su cultura, tradizioni, artigianato ed enogastronomia.
- ❖ un utile strumento di comunicazione per rappresentare "chi siamo e cosa facciamo", ossia per la



FONDO EUROPEO AGRICOLO  
PER LO SVILUPPO RURALE:  
L'EUROPA INVESTE  
NELLE ZONE RURALI



MINISTERO DELLE  
POLITICHE AGRICOLE  
ALIMENTARI E FORESTALI



REGIONE  
PUGLIA



valorizzazione del territorio in chiave identitaria, in un contesto generale nel quale la crescente competizione impone anche al sistema territoriale la formulazione di strategie di marketing comunque coerenti con le politiche turistiche regionali.

In tal senso, si potranno in essere una serie di azioni:

- Identificazione dei prodotti tipici da promuovere attraverso la creazione di una vera e propria banca dati dei prodotti agroalimentari dei territori cointeressati e delle aziende agricole (e/o degli operatori) da coinvolgere/coinvolti. Saranno rilevati tutti i prodotti che si troveranno oggetto di scambio e protagonisti del “Club di prodotto - GAL”, con schede sintetiche di presentazione, valorizzazione, promozione, stagionalità mediante una tabella sinottica con elenco di tutti i prodotti, i mesi di produzione e vendita e indicazione delle aziende produttrici), abbinamenti, ricettari consigliati, le quantità prodotte potenzialmente in una annata in modo tale da far corrispondere le quantità proposte in vendita e il “raccolto”;
- Identificazione, mediante manifestazione di interesse, degli operatori dell’agroalimentare, della ristorazione, dei servizi, della ricettività, dell’incoming, dell’artigianato, commercio e servizi, oltre ad associazioni e d Enti pubblici, che vogliono aderire al “Club di prodotto - GAL”;
- Creazione di un Regolamento territoriale di qualità, utile a quei partner potenziali che decideranno di aderire al brand territoriale, i quali avranno così una guida di processo;
- Individuazione degli aspetti di irripetibilità territoriale: variabile paesaggistico-ambientale (caratteristiche paesaggistiche, climatiche e pedoclimatiche, ecc); variabile risorse umane (le competenze degli operatori e delle imprese); variabile storico-culturale (il racconto di tradizioni e la storia);
- Mappatura del patrimonio storico-architettonico e ambientale, con particolare riferimento ai punti d’attrazione presenti nei Comuni interessati dal “Cammino Materano”;
- Creazione di patti di Filiera territoriale, tra produttori agricoli e albergatori, ristoratori, commercianti, gruppi di acquisti fra consumatori, per la vendita e l’utilizzo consapevole dei prodotti del territorio dell’Area Gal, appartenenti al “paniere”.
- Redazione del Piano di marketing, promozione e comunicazione, pianificazione degli strumenti ed azioni esecutive;
- Realizzazione e/o diffusione di materiali informativi e multilingua, a carattere turistico e divulgativo dei percorsi tematici, delle tradizioni alimentari e delle culture rurali e locali, all’interno dei luoghi di produzione e/o di eventuali punti di ristoro e pop-up store creati ad hoc nei punti d’interesse del “Cammino Materano”, all’interno dei Comuni del partenariato interessati dallo stesso: Bitetto, Cassano delle Murge, Altamura e Santeramo in Colle; materiale informativo e divulgativo (pubblicazioni, libri, opuscoli, depliant illustrativi, manifesti, locandine, cartellonistica, pieghevoli, realizzazione di materiale di comunicazione e informazione e relativa produzione di contenuti, campagne media su organi di stampa cartacei e web, campagne media su emittenti TV, radio e canali web, campagne su social network);



FONDO EUROPEO AGRICOLO  
PER LO SVILUPPO RURALE:  
L'EUROPA INVESTE  
NELLE ZONE RURALI



MINISTERO DELLE  
POLITICHE AGRICOLE  
ALIMENTARI E FORESTALI



REGIONE  
PUGLIA



SVILUPPO RURALE  
2023 - 2027  
PROGRAMMA DI SVILUPPO  
RURALE  
CON PUGLIA

- attività di promozione turistica nei mercati intermediati (business to business), diretti ad attivare l'incontro domanda - offerta "del Club di prodotto - GAL" attraverso workshop, BtoB, educational tour, stimolare la creazione di una piattaforma e-commerce comune, etc;
- attività di educazione alimentare attuate in collaborazione con le Istituzioni scolastiche di vario ordine e grado, con particolare attenzione ai temi della filiera corta, sicurezza, qualità e stagionalità dei prodotti, con il coinvolgimento di nutrizionisti, cuochi, ristoratori ed esperti del settore;
- attività e iniziative di promozione e di informazione attuate in coincidenza di eventi e/o manifestazioni afferenti ai sei Comuni del partenariato Gal. Queste attività vedranno il coordinamento del GAL e il supporto della rete territoriale (imprese agricole, associazioni, Enti Pubblici, Parco Nazionale dell'Alta Murgia, operatori turistici, ristoratori, Ass. di Promozione sociale, Pro Loco, etc.) ed extra territoriale (Tour operator, Agenzie di Viaggio, altri soggetti attivi nel settore turistico, APT, etc...).

Pertanto, si invitano tutte le aziende del comparto agroalimentare operanti nel territorio a presentare apposita manifestazione di interesse per la partecipazione alle suddette azioni mediante compilazione dell'allegato Modello A disponibile sul sito del Gal [www.galterredimurgia.it](http://www.galterredimurgia.it) .

L'istanza, Modello A , dovrà pervenire:

- via e-mail all'indirizzo [info@galterredimurgia.it](mailto:info@galterredimurgia.it)

Il Gal procederà, in seguito all'esame delle manifestazioni d'interesse pervenute, alla selezione delle imprese sulla base delle informazioni aziendali dichiarate.

In ogni caso si terrà conto dell'economicità e dei tempi d'intervento, nel rispetto dei principi di trasparenza, concorrenza e rotazione.

L'inserimento nella banca dati non comporta, inoltre, l'attribuzione di priorità e non dà luogo alla formazione di alcuna graduatoria. L'elenco è soggetto ad aggiornamento con cadenza almeno annuale.

Altamura, 16.11.2023

Il Direttore  
*Dr. Pasquale Lorusso*